

Na co zwrócić uwagę przy wyborze zapachów do hoteli?

Zapach w hotelu to jedno z pierwszych i najbardziej trwałych wrażeń, jakie zapamiętują goście. Profesjonalnie dobrany aromat wpływa na emocje, postrzeganie standardu oraz lojalność klientów. Dobrze zaplanowany aromamarketing może też wspierać sprzedaż i wyróżniać markę na tle konkurencji.

FUNKCJONALNOŚĆ SYSTEMU ZAPACHOWEGO

- ☐ Czy system rozprowadzania zapachu działa automatycznie (programowalny dyfuzor, HVAC)?
- ☐ Czy możliwa jest regulacja intensywności zapachu w zależności od pory dnia i strefy?
- ☐ Czy system działa cicho i bez widocznych elementów dla gości?
- ☐ Czy można stosować różne zapachy w różnych strefach (recepcja, korytarze, spa, sale konferencyjne)?
- ☐ Czy dostępne są mobilne urządzenia do mniejszych przestrzeni (np. pokoje, toalety)?
- ☐ Czy zapach można aktywować zdalnie lub zaprogramować cykle pracy?

JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO ZAPACHÓW

- ☐ Czy zapachy są tworzone z bezpiecznych składników (certyfikaty IFRA, MSDS)?
- ☐ Czy olejki zapachowe nie zawierają alergenów i substancji drażniących?
- ☐ Czy aromaty są zgodne z normami UE dotyczącymi bezpieczeństwa w przestrzeni publicznej?
- ☐ Czy zapach nie pozostawia osadu ani nie wpływa na trwałość mebli i tekstyliów?
- ☐ Czy oferowane zapachy są trwałe i nie męczące dla osób wrażliwych?
- ☐ Czy producent zapewnia testy dermatologiczne i atesty dla przestrzeni HoReCa?

DOBÓR ZAPACHU DO STREFY I MARKI

- ☐ Czy zapach pasuje do charakteru hotelu (luksusowy, butikowy, rodzinny, wellness)?
- ☐ Czy zapach jest spójny z identyfikacją wizualną i wartościami marki?
- ☐ Czy dla strefy recepcyjnej przewidziano zapach świeży, elegancki, powitalny?
- ☐ Czy w strefie wellness / spa zaplanowano nuty relaksujące (np. eukaliptus, lawenda)?
- ☐ Czy w pokojach zapach jest neutralny i dyskretny (np. bawełna, len, lekka wanilia)?
- ☐ Czy przewidziano możliwość stworzenia zapachu „signature scent” wyłącznie dla marki hotelu?

SERWIS I OBSŁUGA SYSTEMU

- ☐ Czy dostawca oferuje regularną wymianę wkładów i serwis urządzeń?
- ☐ Czy urządzenia wymagają podłączenia do HVAC, czy działają niezależnie?
- ☐ Czy personel hotelowy może samodzielnie kontrolować system (np. przez aplikację)?
- ☐ Czy przewidziano harmonogramy zapachowe dla różnych pór roku lub wydarzeń?
- ☐ Czy możliwa jest integracja z systemem BMS hotelu?
- ☐ Czy w razie awarii zapach nie będzie wyczuwalny w sposób niekontrolowany?

KOSZTY I MODELE WSPÓŁPRACY

- ☐ Czy zapachy są dostępne w formie zakupu, dzierżawy lub abonamentu?
- ☐ Czy cena obejmuje urządzenia, wkłady zapachowe i serwis?
- ☐ Czy dostępne są pakiety dla różnych stref metrażowych (np. <50 m², 100–500 m², >1000 m²)?
- ☐ Czy możliwa jest personalizacja zapachu za dodatkową opłatą?
- ☐ Czy dostawca oferuje test zapachu w obiekcie przed podpisaniem umowy?
- ☐ Czy koszt miesięczny systemu został oszacowany w kontekście ROI (zwiększenie satysfakcji gości, opinii, rezerwacji)?

Pamiętaj: Zapach w hotelu to niewidoczny, ale bardzo silny nośnik emocji i marki. Właściwie dobrany aromat może zwiększyć lojalność gości i wyróżnić obiekt w ich pamięci — działa 24/7, nawet gdy personel śpi.

Wygenerowano w portalu <https://zwiadowca.pl>